

# FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN.

“ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES POR LOS GERENTES DE AGENCIAS DE EMPRESAS FINANCIERAS EN LIMA NORTE, 2018.”

Tesis para optar el título de:

**Licenciada en Administración**

**Autor:**

Br. Katerin Tejada Ojeda.

**Asesor:**

Mg. Nancy Alfonsina Negreiros Mora.

Lima – Perú

2018



## DEDICATORIA

La presente Tesis está dedicada a mi Madre quien me impulsó a ser perseverante en la vida.

## AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento, a Dios por ser mi fortaleza en las  
dificultades y guiar mi camino, a mis padres y  
hermano, profesores, a los gerentes de empresas  
financieras de Lima Norte por el apoyo en la presente  
investigación.

## TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
TABLA DE CONTENIDO	4
ÍNDICE DE FIGURAS	5
ÍNDICE DE ANEXOS	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
<b>1.1. Realidad problemática</b>	9
<b>1.2. Formulación del problema</b>	26
<b>1.3. Objetivos:</b>	27
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	28
<b>2.1. Tipo de Investigación:</b>	28
<b>2.2. Población y muestra:</b>	28
<b>2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos:</b>	29
<b>2.4. Procedimientos</b>	29
<b>2.5. Aspectos Éticos:</b>	29
CAPÍTULO III: RESULTADOS	30
RESULTADO 1	30
RESULTADO 2	33
RESULTADO 3	34
RESULTADO 4	37
RESULTADO 5	39
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	41
REFERENCIAS	45
ANEXOS	49

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura n.º 01. Las instalaciones físicas y equipos tecnológicos	30
Figura n.º 02. Los materiales (folletos, estados de cuenta y similares) son visualmente atractivos.	31
Figura n.º 03. Los asesores están correctamente uniformados.	31
Figura n.º 04. El lenguaje que utilizan con los clientes.	32
Figura n.º 05. El asesor es verás con la información que brinda al cliente.	33
Figura n.º 06. Los asesores cumplen con el horario de visita pactado con el cliente.	33
Figura n.º 07. Cuando el cliente tiene alguna duda y/o consulta, el asesor está capacitado para absolver dichas consultas	34
Figura n.º 08. El asesor solicita TODOS los documentos para el crédito la primera vez, o luego de presentarlos, solicita adicionalmente otros documentos.	34
Figura n.º 09. Considera usted que el proceso de evaluación y aprobación de créditos.	35
Figura n.º 10. El asesor está dispuesto a brindar las mejores opciones según los intereses y/ o necesidades de los clientes.	35
Figura n.º 11. Cuando hay un cambio de cartera, el asesor se presenta con sus nuevos clientes.	36
Figura n.º 12. El asesor posee habilidades y /o competencias para procesar las transacciones de créditos sin errores.	37
Figura n.º 13. La entidad Financiera tiene horarios de trabajo convenientes para sus clientes	38
Figura n.º 14. El asesor es transparente en la información respecto a tasas, seguros u otros beneficios.	38
Figura n.º 15. Los asesores brindan un trato cortés al responder dudas y/o consultas.	39
Figura n.º 16. Los asesores ofrecen una atención personalizada de acuerdo a las necesidades e intereses de los clientes.	39
Figura n.º 17. Los asesores atienden rápidamente a sus clientes, ante una llamada o visita en la agencia.	40

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo n.º 1. Operacionalización de Variables.	49
Anexo n.º 2. Matriz De Consistencia.	51
Anexo n.º 3. Entrevista a Gerentes de Agencias de Empresas Financieras DE LIMA NORTE.	52
Anexo n.º 4. Prueba Piloto para determinar Confiabilidad.	54
Anexo n.º 5. Tabulación de Resultados.	55
Anexo n.º 6. Consentimiento Informado A.	56
Anexo n.º 7. Consentimiento Informado B.	57
Anexo n.º 8. Tabla de evaluación de expertos.	58

## RESUMEN

Este trabajo de investigación, tiene como objetivo determinar la percepción de satisfacción de los clientes por los gerentes de agencias de empresas de financieras en Lima Norte, 2018, la población estuvo conformada por 30 empresas financieras en los 8 distritos de Lima Norte, la muestra se consideró de cada distrito una empresa financiera, en Ancón Mi banco, Puente Piedra Proempresa, en Carabayllo Crediscotia, Comas Qapaq, Los Olivos Financiera Efectiva, San Martín de Porres Compartamos Financiera, por último en Independencia Financiera Confianza, cabe señalar que en el distrito de Santa Rosa no hay empresas financieras, la técnica que se utilizó fue la entrevista, el instrumento utilizado fue el cuestionario. Se observa que el 57% de los entrevistados perciben que las instalaciones y la tecnología adecuada de condición y estado promedio, en tanto que un 43% manifiesta que las instalaciones físicas y equipos tecnológicos son modernos. Se concluye que la primera impresión en el cliente al ingresar a la agencia son instalaciones físicas, además del personal idóneo para su posterior atención con la transparencia en la información ante consultas, para ello el personal debe poseer habilidades y/o competencias necesarias para tener un trato empático para con el cliente.

**PALABRAS CLAVES:** *Percepción, empresas financieras, satisfacción del cliente, gerentes de agencias...*

**ABSTRACT**

This research work aims to determine the perception of customer satisfaction by the managers of agencies of financial companies in Lima Norte, 2018, the population was conformed by 30 financial companies in the 8 districts of Lima Norte, the In each district a financial company was considered, in Ancón Mi banco, Puente Piedra Proempresa, in Carabayllo Crediscotia, Comas Qapaq, Los Olivos Effective Financial, San Martin de Porres Compartamos Financiera, last in Financial Independence Trust, it should be noted that in the Santa Rosa district there are no financial companies, the technique that was used was the interview, the instrument used was the questionnaire. It is observed that 57% of the interviewees perceive that the facilities and the adequate technology of condition and average state, while 43% state that the physical facilities and technological equipment are modern. It is concluded that the first impression on the client when entering the agency are physical facilities, in addition to the suitable personnel for their later attention with the transparency in the information before consultations, for this the personnel must possess abilities and / or necessary competences to have a empathic deal with the client.

**KEY WORDS:** *Perception, financial companies, customer satisfaction, agency managers...*



## **NOTA DE ACCESO**

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

## REFERENCIAS

- Aguilar Medina, A. A. (2016). *La Satisfacción del Cliente y su Fidelización Hacia el Banco Interbank sede San Martín, Tacna en el año 2016*. Tesis para optar el título de Ingeniero Comercial., Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú.
- Aguilar Osorio, E. M. (2013). *"El Marketing de Servicios y la satisfacción del cliente en la Cooperativa Crediambato Limitada de la ciudad de Ambato."*. Tesis para Optar el Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios., Universidad de Abanto, Abanto, Ecuador.
- Alván Panaífo, J. K., & Ramírez Ríos, D. X. (2018). *Satisfacción del Cliente de Interbank en la ciudad de Iquitos*. Tesis para optar el título de Contador., Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, Iquitos, Perú.
- Arellano Marketing. (17 de Marzo de 2016). *Arellano Marketing*. Obtenido de <http://www.arellanomarketing.com/inicio/banca-y-finanzas/>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2006). *Marketing Edición para Latinuamerica*. Mexico: Pearson Edición.
- Asobancaria. (29 de Agosto de 2016). *Asobancaria*. Obtenido de <http://www.asobancaria.com>
- Aveiga, D. J. (2014). *"Estudio sobre la satisfacción laboral y su relación con la rotación de personal de Auxiliares de Punto de Venta y de Servicios Generales de las Pharmacy's del Norte de la ciudad de Guayaquil, durante el periodo de Enero–Agosto 2013"* (Tesis de Grado). Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Psicológicas, Guayaquil – Ecuador.
- Banco Central de Reserva del Perú. (2 de 11 de 2018). *Entidades Financieras*. Obtenido de BCRP: Recuperado [www.bcrp.go.pe/sitios-de-interes/entidades-financieras.html](http://www.bcrp.go.pe/sitios-de-interes/entidades-financieras.html)
- Baptista, L., Fernández, C., & Hernández, S. (2014). *Metodología de la investigación 6ta edición*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. De C.V.
- Barquero, J. D. (2007). *Marketing de Clientes (2ª Ed.)*. España: S.A. MCGRAW-HILL / Interamericana De España.
- Bastos Baubeta, A. (2006). *Fidelización del Cliente*. Ideas Propias Editorial Vigo.
- Bazan Perez, D., & Chavez Arias, A. (2017). *Nivel de satisfacción de los clientes del Centro Clínico Sanna utilizando el modelo servucción en la ciudad de Cajamarca en el año 2017*. Cajamarca.
- Bejarano Chávarry, L. A. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital Santiago de Cao, año 2016*. Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración., Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú.

- Bernal Torres. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson Educación 3era Edición.
- Bob Hayes, E. (2002). *Como medir la satisfacción del cliente: desarrollo y utilización de cuestionarios*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Boubeta Bastos, A. (2007). *Fidelización del Cliente*. Ed. S.L.,.
- Cannata, Enrique Bernal. (2016). *Anda Perú*. Obtenido de Arellano Marketing: <http://www.andaperu.pe/isco-indice-de-satisfaccion-del-consumidor-peruano-2016/>
- Carrera Durán, P. G., & Claros Aguilar, V. (2015). *Clima organizacional y su impacto en la satisfacción de los clientes en la empresa Compartir Financiera, zona Florencia de Mora- Trujillo año 2015*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración., Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.
- Coello Balladares, O. J. (2014). *Calidad de servicio financiero y su incidencia en la satisfacción de clientes de la Cooperativa san francisco Ltda. De ambato*. Tesis para optar el Título de Ingeniero de Empresas, Universidad Técnica de Ambato, Abanto, Ecuador.
- Condori Nuñez, S. I. (2017). *Gestión de la información y satisfacción del cliente en el Banco Internancional del Perú , Pueblo Libre – Lima, 2017*. Tesis para optar el título de Licenciada en Adminitración., Unversidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Dutka, A. (1998). *Manual de AMA para la satisfacción del cliente*. Buenos Aires: Granica.
- Esteban Talaya, Á. (2013). *Fundamentos Del Marketing - Cap. 1 Introducción al marketing: gestión de relaciones*. Madrid: Esic Editorial.
- Faccio Ramirez, H. J. (2016). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de Compartamos Financiera S.A. agencia Casa Grande, año 2015*. tesis para optar el título de Economista., universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.
- Fuentelsaz, G. C., Icart, I. M., & Pulpón, S. A. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona: Publicacions i edicions de la universitat de barcelona.
- Fuentelsaz, G., Icart, I., & Pulpón, S. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona: Publicacions i edicions de la universitat de barcelona.
- Gestión. (25 de Agosto de 2018). *Tres de cada 10 cambian de banco por altos intereses y falta de atención*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/tres-10-cambian-banco-altos-intereses-falta-atencion-242616>
- Gutiérrez Vega, V. H., & Zapata Arriagada, F. A. (2016). *"Lealtad de los clientes a las Instituciones Bancarias: Estudio aplicado en la provincia De Ñuble"*. Tesis para optar el título de Ingeniero Comercial., Universidad del Bio- Bio, Ñuble, Chile.

- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta Edición ed., Vol. Quinta Edición). (M. C. Jesús, Ed.) México D.F.: Mc Craw-Hill/ Interamericana Editores S.A de C.V.
- Herrera Dorado, D. F. (2013). *Sistema Cooperativo y la Satisfacción del Cliente en la Provincia del Carchi*". Tesis de grado previa a la obtención de título de Ingeniero en Administración de Empresas., Universidad Escuela Politécnica Estatal del Carchi, Tulcan, Ecuador.
- INEI. (2014). *Una mirada a Lima Metropolitana*. Lima: INEI.gob.pe.
- Kotler, P. (2008). *Dirección del Marketing elementos esenciales* (decimoquinta edición ed.). (M. D. ANTA, Trad.) Pearson Educación de Mexico S.A. de C.V.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Dirección del Marketing* (decimoquinta edición ed.). México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, L. (2006). *Dirección del Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.
- La Paz, (. (6 de setiembre de 2018). ASFI: Índice de satisfacción del consumidor financiero sube a 8,16. *Jornada*. Obtenido de <https://jornadanet.com/asfi-indice-de-satisfaccion-del-consumidor-financiero-suba-a-816/>
- Malpartida Pujais, R. A. (2017). *Satisfaccion de los clientes de servicio bancario percibido en la Agencia Scotiabank Huanuco-2017*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración., Pujais Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Húanuco, Perú.
- Mendoza Alfaro, J. (1 de FEBRERO de 2012). Obtenido de olucionesdecalidadasuservicio- blog. C3: Consultoria y Capacitacion en calidad de servicio: <http://solucionesdecalidadasuservicio.blogspot.com/2012/02/quien-es-el-cliente.html>
- Millones Zagal, P. (2010). *Medición y Control del Nivel de Satisfacción de los clientes en un supermercado*. Piura.
- Monje Alvarez, C. A. (2011). *Metodologia de investigación Cuantitativa y Cualitativa Guía didáctica*.
- Morales, R. (01 de Diciembre de 2008). La baja calidad de servicio hace perder mas clientes que el precio. "High Performance in the Age of Costumer Centricity". *21 Tendencias*, 1. Obtenido de Recuperado [http://www.tendencias21.net/La-baja-calidad-del-servicio-hace-perder-mas-clientes-que-el-precio\\_a2791.html](http://www.tendencias21.net/La-baja-calidad-del-servicio-hace-perder-mas-clientes-que-el-precio_a2791.html)
- Perez Martinez, N. J. (2015). *La gestión de la calidad en el servicio y el nivel de satisfacción del cliente externo de la Agencia Central del Banco Interbank S.A., en la ciudad de Ica, período 2015*. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales, Universidad Alas Peruanas, Ica, Perú.
- Perez Paredes, G. S. (2015). *"Análisis del clima organizacional y la satisfacción laboral, así como la relación de ambas variables con la satisfacción del cliente de Caja de Ahorro Y Crédito,*

*Agencia, Arequipa, 2015*". Teiss para optar el Título de Licenciada de Administración de Empresas., Universidad Católica De Santa Maria, Arequipa, Perú.

Recuay Salazar, C. A., & Uto Ceras, R. P. (2017). *"Servuccion y satisfaccion del cliente en hotel B&v en Huancayo; 2016-2017."*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración y Finanzas., Universidad Continental, Huancayo, Huancayo.

Rial Boubeta, J. (2007). *La evaluacion de la Calidad Percibida como Herramienta de gestion en servicios deportivos*. España: Universidad de Santiago de Compostela.

Sánchez, J. L. (1995). *Tecsims S.A. Consultora en Marketing, Gestión y Calidad*. Obtenido de [http://www.tecsima.com.ar/facebook/manual\\_del\\_vendedor.pdf](http://www.tecsima.com.ar/facebook/manual_del_vendedor.pdf)

Sanchez, P. (2012). *El cliente un activo empresarial (Comunicacion y atencion al cliente)*. Madrid: Editex.

Setó Pamies, D. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. ESPAÑA: ESIC EDITORIAL.

Valdiviezo Reyes, S. (2017). *"Análisis de los servicios que brinda el Banco De Machala, Oficina Arenillas, con relación a sus clientes o usuarios."*. Ecuador: Universidad Técnica de Machala.

Vavra Terry, G. (2008). *Cómo medir la satisfaccion del cliente según ISO 9001:2000*. ESPAÑA: FC Ed. Fundación Confemetal.

Villaseca Morales, D. (2014). *Innovación y marketing de servicios en la era digital*. Madrid: Esic Editorial.

Yaguana Japón, M. E. (2018). *Medición del nivel de satisfacción de los cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito QUILANGA LTDA. Del Cantón Quilanga, Provinvia de Loja, para el año 2016.*". Tesis para optar el título de Ingeniera Comercial., Universidad de Loja, Quilanga, Ecuador.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler. (2009). *Marketing de servicios* (Quinta edición ed.). Mexico: Mc Graw Hill.